

с текстом романа. Стоит обратить внимание студентов на то, что внешность Сары в фильме достаточно точно отражает описание Фаулза и напоминает моделей с картин Д. Г. Россетти. А сравнение фильма и романа позволяет увидеть и общие постмодернистские приемы. В заключение обращаем внимание студентов на слова самого Джона Фаулза о том, что «писательство – это наполовину воображение, наполовину игра», поскольку именно этому принципу подчинена структура его лучшего романа.

Подобный подход к рассмотрению произведения может сделать занятие увлекательным, ярким, запоминающимся; при этом достигается еще одна чрезвычайно важная цель: у студентов возникает потребность уточнить те или иные детали текста, что заставляет их еще раз взять в руки книгу. Проведение параллелей с произведениями различных видов искусства способствует лучшему запоминанию текста, усиливает интерес студентов к предмету и смежным дисциплинам, стимулирует их творческую активность и облегчает усвоение материала.

Литература

Долинин А. Паломничество Чарльза Смитсона (О романе Джона Фаулза «Подруга французского лейтенанта») // Фаулз Дж. Подруга французского лейтенанта. Л., 1985. С. 3-18.

Киреева Н. В. Постмодернизм в зарубежной литературе: Учебный комплекс для студентов-филологов. М., 2004.

Фаулз Дж. Любовница французского лейтенанта / Пер. с англ. М. Беккер, И. Комаровой. М., 2004.

Т. И. Устинова

СИСТЕМА УРОКОВ-ПРОЕКТОВ ПО ДРЕВНЕГРЕЧЕСКОЙ МИФОЛОГИИ «АФИНА-ПАЛЛАДА В ЕКАТЕРИНБУРГЕ» ДЛЯ 9 ГУМАНИТАРНОГО КЛАССА СУНЦ УРФУ

Знакомство с героями древнегреческой мифологии у современного человека, получающего среднее образование в России, происходит в младшем школьном возрасте на уроках литературы, той ее части, что называется факультативной. Иногда это случается раньше – через чтение вслух взрослыми и просмотр мультфильмов. Продолжается это знакомство через просмотр уже художественных фильмов, иногда участие в ролевых играх (хотя последние чаще отдают предпочтение героям Средневековья). Дальнейшее сопровождение жизни каждого человека данными образами будет зависеть от образования, культурного уровня, иногда профессии.

Нам представляется интересной и продуктивной проблема, решение которой позволит понять, какое место занимает греческая мифология в культурном пространстве нашего города Екатеринбурга, т.е., с какой целью, насколько осознанно присваиваются греческие названия и имена различным учреждениям, какой может быть рецепция потенциальных потребителей услуг этих учреждений: считываются ли вообще символы этих названий, ожидаемые ли ассоциации вызывают или воспринимаются просто как красивые и ничего не значащие слова. Ведь известно, что одной из особенностей российской ментальности является иногда слепое поклонение иностранному, не всегда понятному, но в силу этой непонятности имеющему какую-то таинственную, почти сакральную привлекательность.

Интересно также то обстоятельство, что дающие эти названия люди практически всегда являются собственниками данных заведений, т.е. они относительно свободны от идеологических обязательств по включению этих названий в культурный контекст города, а, главное, от согласований с административными структурами.

Важным также представляется условие, при котором интерес к русской литературе постоянно оживляется празднованием памятных дат, при этом переизданием очередного писателя, а иногда и установкой памятника – не распространяется, что вполне объяснимо, на зарубежную литературу и её героев.

Итак, задачами данного проекта являются:

1. Попытка реконструкции возможных побуждений тех, кто даёт названия.

2. Оценивание удачности выбора этого названия с точки зрения привлечения внимания потребителя к деятельности данного учреждения, а, значит, и прогнозирования успешности его через возможные ассоциации, возникающие при чтении названия.

Цель проекта – организация учебного процесса (знакомство с древнегреческой литературой), формирующего у учащегося убеждение в том, что данная литература вошла в сознание современного человека как основа западноевропейской культуры общемирового значения и без знания базовой её части – мифологии – невозможно понимание классических художественных текстов, известных художественных полотен, художественных фильмов, и даже прогулка по родному городу может вызвать недоумение.

Метод проектирования как система занятий позволяет решить следующие задачи:

- Активизировать мыслительную и творческую деятельность учащихся уже на этапе подготовки к уроку;
- Направлять поиск значений слов греческого происхождения к чтению мифов Древней Греции;

- Развивать речевую компетентность;
- Расширять знания учащихся в других видах искусства (прежде всего изобразительном);
- Активизировать коммуникативные функции учащихся необходимо-стью формулировать вопросы по интересующей теме и обращаться с ними к незнакомым людям.

Этапы работы над проектом

I этап. Представление темы проекта, формулирование проблемы и задания.

Задание: отбор названий кафе, магазинов, торгово-развлекательных центров, фитнес-клубов и других учреждений с греческой этимологией с последующим изучением их на соответствие названий и имен героев греческой мифологии деятельности этих учреждений.

II этап. Планирование работы.

- 1) Лекция учителя о мифотворчестве как первом этапе освоения мира людьми любой культуры.
- 2) Выбор формы работы (индивидуальный, групповой).
- 3) Распределение заданий при групповой форме работы.
- 4) Собственно сбор материала – домашнее задание.
- 5) Опрос прохожих, покупателей, посетителей с целью установления их понимания значения названий и отношения к ним – домашнее задание.
- 6) Подбор видеоряда для визуализации образов с целью создания возможных ассоциаций и закрепления в памяти.

III этап. Представление проекта (защита)

- 1) Объявление темы задания, представление участников проекта.
- 2) Каждый участник или команда представляют свое собрание названий с комментариями и сопровождением.

Например:

«Афина-Паллада» – название фитнес-клуба. Почему не Афродита или Геракл, если речь идёт о физическом совершенстве? Может быть, маскулинный оттенок образа Афины-Паллады – не только богини мудрости, покровительницы женских ремесел, но и богини войны – это попытка объединить два гендерных направления в деятельности клуба или признание тенденции наращивания мужественности у представительниц женского пола. А может быть, имя Афины при достаточной известности не так часто используется в отличие от имени Афродиты – синонима женской красоты.

«Улисс» – название обувного магазина. Возможно, это рекламный ход: обувь, продаваемая в магазине, не снашивается за 10 лет войны и 10 лет путешествий. Жаль только, что не все горожане могут знать, что Уллис –

это Одиссей. Возможно, название тешит амбиции собственника магазина, а торговля идёт сама по себе.

«Пигмалион» – универсальный магазин с отделом женской парфюмерии и косметики напоминает о скульпторе, изваявшем прекрасную статую морской нимфы Галатеи. Вероятно, отдел принял на себя функции талантливого скульптура. Знающий историю, рассказанную в этом мифе, несомненно, почувствует присутствие чуда преображения, одушевления через любовь. А также знак, побуждающий поверить в творческое воздействие, делающее женщину заметной для притяжения этого чувства.

«Золотое яблоко» – сеть магазинов, торгующих парфюмерией, косметикой, дорогой бижутерией и другими аксессуарами, предназначенными для женского преображения. Название напоминает яблоко раздора, когда за звание Прекраснейшей в спор вступили три богини и Парис вынужден был (так Зевс повелел) выбрать из них достойнейшую. С того момента и стала Афродита не только богиней любви, но и красоты. Кстати, Афина проиграла в этом споре (все-таки не мудрость, не знание, не война, а любовь делают женщину богиней красоты). Понятно, что покупки из этого магазина помогают женщине стать конкурентоспособной.

«Фазтон» – название автосервиса в г. Асбесте представляется неудачным, если вспомнить печальную судьбу Фазтона – сына Гелиоса.

«Мидас» – туристическая фирма. По всей вероятности, в названии «использована» та история, случившаяся с царем Мидасом, где по его просьбе боги даровали ему способность обращать в золото все, к чему бы он ни прикоснулся. Надежда на успешность, «золотоносность» проекта. Смысл, даже скрытый от потребителя, может иметь свое мистическое значение для руководителя проекта. Правда, есть еще одна история про царя Мидаса и его ослиные уши, и аллюзии к ней могут вызвать недоумение.

«Медея» – название аптеки не располагает к доверию, если знать обо всех способностях и самом характере Медеи, племянницы Гекаты. Не может служить оправданием и мнение, что любое лекарство – яд, все зависит от дозировки. И все-таки лекарство от Медеи.

«Антей» – первая высотка торгово-развлекательного центра в нашем городе. Название вызывает недоумение. Известно, что сын Посейдона и Геи черпал силы для своих побед в поединках из соприкосновения с матерью Землей. Также известно, что Геракл победил его, подбросив вверх и не давая коснуться земли. Если смотреть на высотку стоя лицом к оперному театру (ситуация до появления второй высотки – Высоцкого), то зрелище нависшего над зданием – символом культуры во всех отношениях – примитива вызывает ощущение возможной победы основных, т.е. животных по сути, инстинктов над духовным началом в человеке. Архитектурная нелепость, не

вписавшаяся в городской ландшафт, дополнена нелепостью названия, что, однако, не мешает ей выполнять свои торгово-развлекательные функции и, возможно, успешно.

3) Обсуждение представленных проектов. Дополнительный комментарий с собственными интерпретациями, иногда остроумными.

Например, «Эолис» – название сети магазинов сотовой связи. «Название подходит, потому что деньги – на ветер».

IV этап. Оценка проекта

1) Самооценка

2) Взаимооценка

3) Оценивание учителем по пятибалльной системе с комментированием критериев (количество названий, оригинальность трактовки, отсутствие повторов названий из предыдущих выступлений, сложности поиска значений).

Отзывы. Действительно, трудно представить себе нашу сегодняшнюю жизнь без знания мифов Древней Греции, которые в детстве казались просто забавными сказками.

Но одним из итогов проведённой работы, не претендующей на социологическое исследование из-за отсутствия системы опроса и достаточного объема собранного материала, является мнение о том, что большинство живущих в городе людей не только не знает, но и не интересуется значением названий учреждений, услугами которых они пользуются. Возможно, это связано с суетностью жизни большого города.

Вывод. В процессе работы учащиеся имели возможность быть активными соавторами проекта (урока), смогли полно выразить своё творческое начало: воображение, фантазию. Результат в приращении знаний, речевой компетентности, обогащении словарного запаса каждого из участников проекта.

Далее на уроках не бывает проблем с изучением гомеровского эпоса и текстов пьес Эсхила «Прометей прикованный», Софокла «Антигона», Еврипида «Медея». Интерес к тому, что происходило «до нашей эры», базируется на предварительном чтении и пересказе мифов, в которых показана предыстория событий, получивших завершение в этих пьесах.

Важным итогом работы также представляется актуализация явлений, названных К. Т. Юнгом коллективным бессознательным, проявляющихся в виде архетипов, и в этом случае трудно переоценить значение мифологии как источника этих понятий для становления личности, воспринимающей весь опыт человеческий через искусство и литературу.

Литература

Кун Н. А. Легенды и мифы Древней Греции. М., 2005.